

**Conférence Ministérielle de l'O.A.P.I.
sur les Indications Géographiques
Ouagadougou, 6-7 décembre 2005**

Les Indications géographiques dans le monde: enjeux et potentiels

Denis SAUTIER, CIRAD

Plan

1. IG: qu'est-ce que c'est ?
2. Effet de mode, ou piste de développement économique ?
3. Les IG dans le monde : diversité des situations et des démarches
4. Internationalisation des IG: quels scénarios ?

1. LES INDICATIONS GÉOGRAPHIQUES:

Qu'est-ce que c'est ?

Définition IG

(ADPIC, Organisation Mondiale du Commerce)

- Les Indications Géographiques sont « *des indications qui servent à identifier un produit comme étant originaire du territoire d'un Membre, ou d'une région ou localité de ce territoire,*

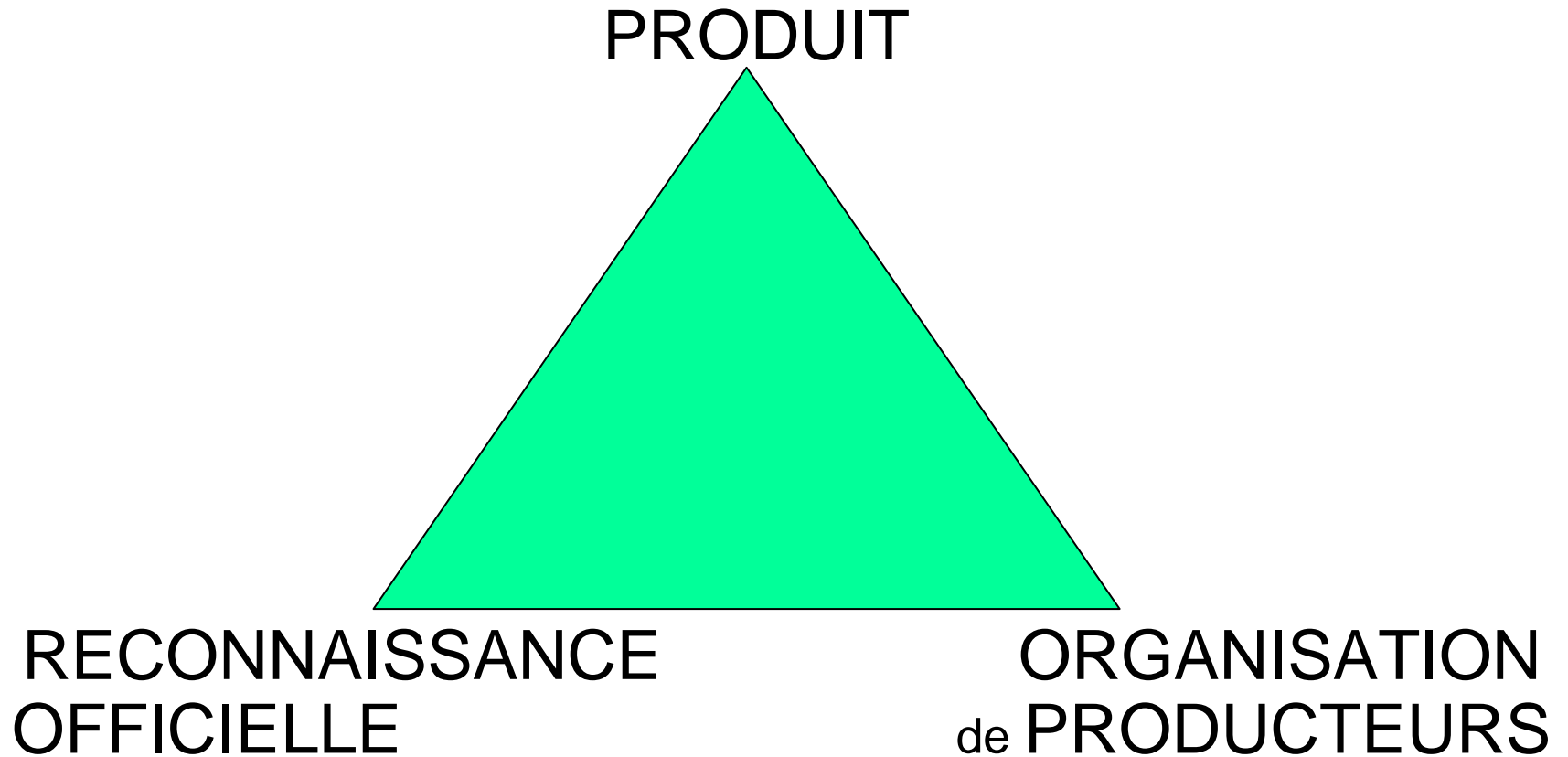
dans les cas où une qualité, réputation ou autre caractéristique déterminée du produit peut être attribuée essentiellement à son origine géographique »

Indication géographique:

Un droit de propriété intellectuelle

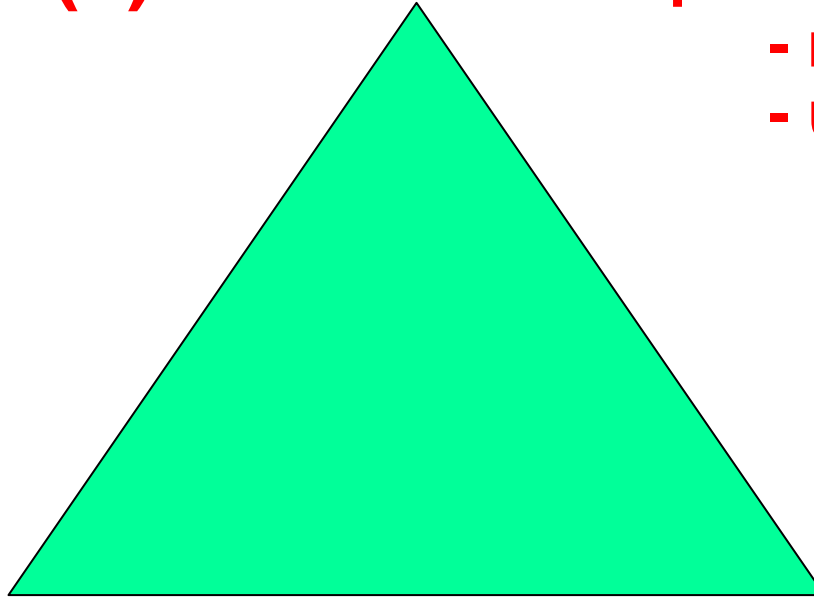
- ... **reconnu** dans 150 pays (ADPIC de l'OMC), au même plan que le droit d'auteur, les marques, ou les brevets.
- ... un **droit réservé à une communauté locale** (producteurs et transformateurs) qui s'engage à suivre certaines règles, dans une région de production délimitée.
- L'IG est liée à l'usage local; elle ne peut être **ni achetée, ni vendue** ni transférée.

Trois composantes:



Indication géographique : Conditions requises

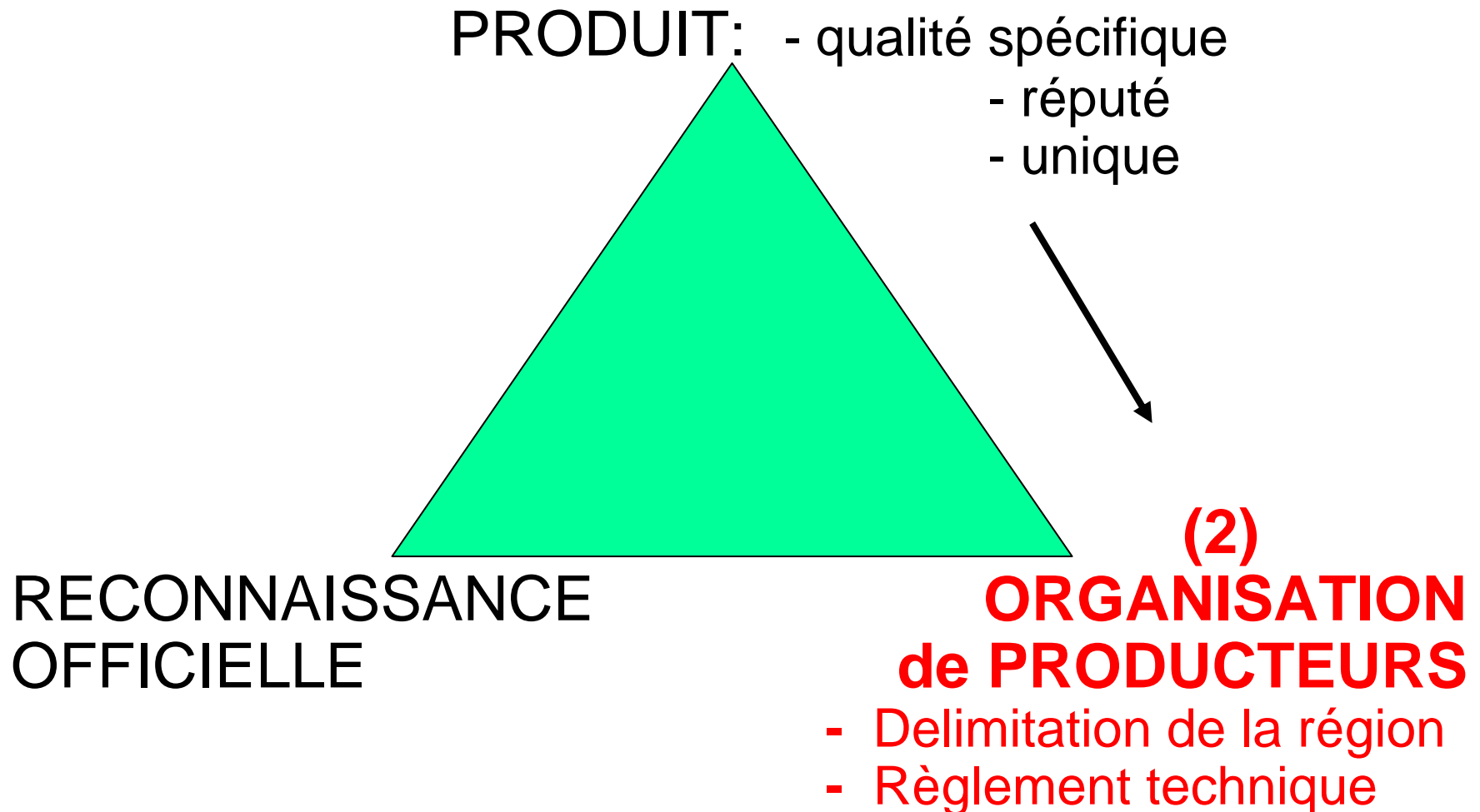
(1) PRODUIT: - qualité spécifique
- réputé
- unique



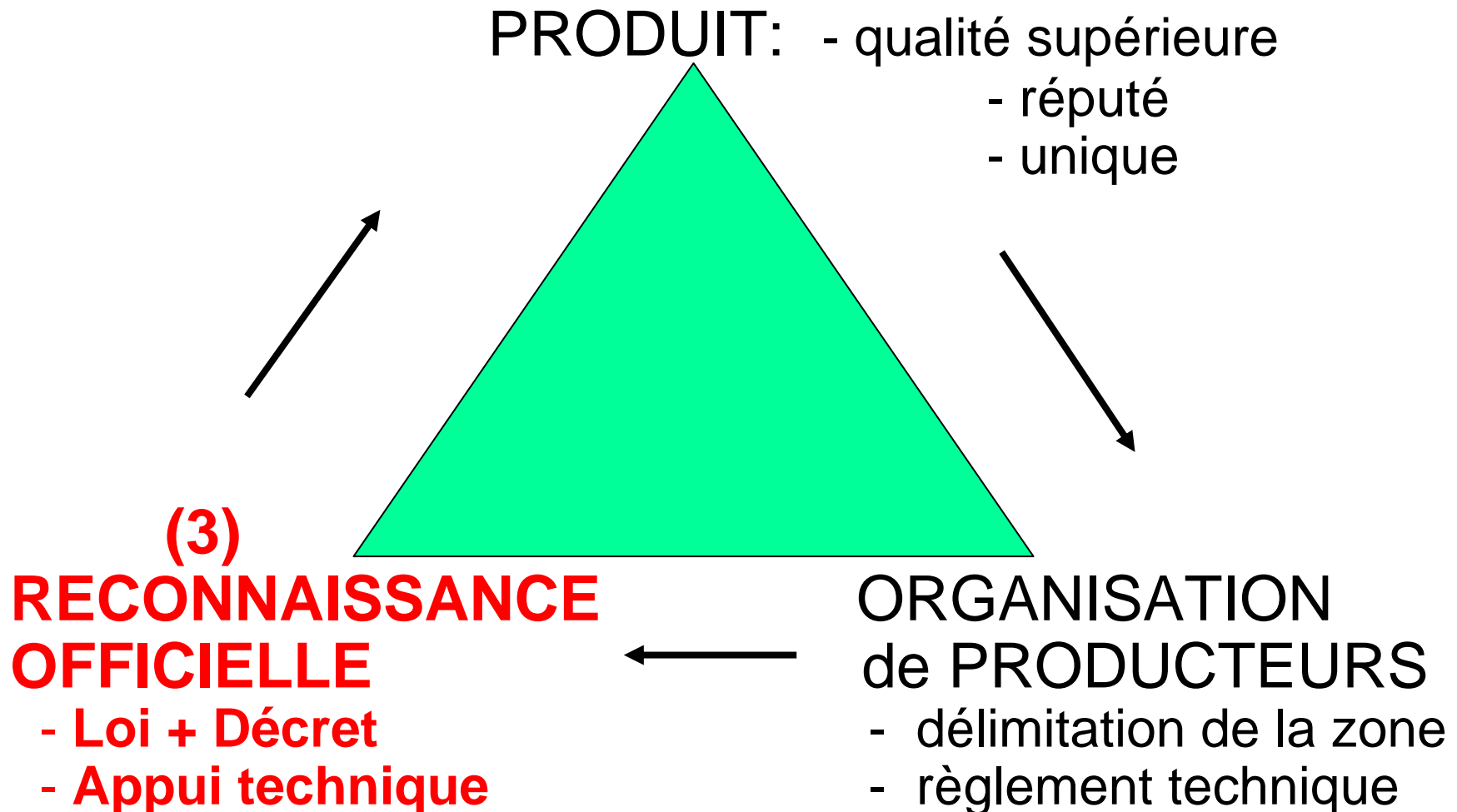
RECONNAISSANCE
OFFICIELLE

ORGANISATION
de PRODUCTEURS

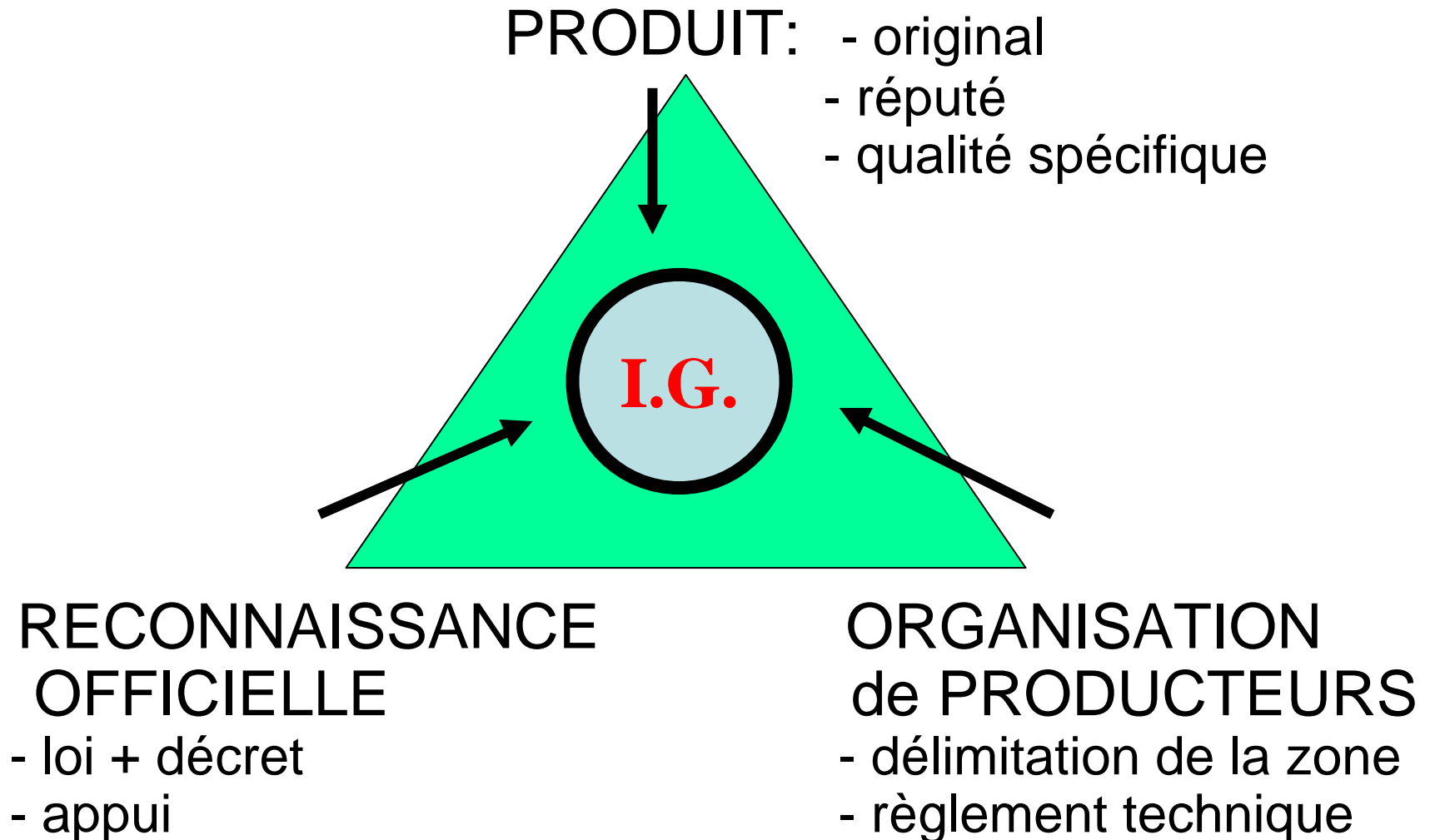
Indication géographique : Conditions requises..



Indication géographique : Conditions requises



Conditions réunies pour une I.G.:



Indication Géographique :

passport pour le marché :

- ✓ **Nom** du produit
 - ✓ **Lieu** d'origine
 - ✓ Principales **caractéristiques** garanties
 - ✓ Reconnaissance officielle et **contrôle**
-
- ➔ accroît la confiance et la sécurité
pour l'acheteur et le consommateur distants
 - ➔ opportunité de valeur ajoutée pour les
producteurs

2. LES INDICATIONS GEOGRAPHIQUES:

**Effet de mode, ou piste de
développement économique ?**

Un long processus international : la reconnaissance des indications

Un processus accéléré d'élargissement et de
protection des IG:

- au plan des pays
- au plan des produits ...

Mais :

- répartition Nord-Sud très inégale
- Europe du Sud: berceau et référence

Hommes-produits-territoires: des liens anciens et répandus

- Profusion de « produits d'origine » : Afrique, Asie, Amérique latine
- Marchés nationaux: Origine = 'proxy' pour confiance
 - *Exemple du Vietnam*
- Marchés internationaux : parfois plus que des provenances.
 - *Exemple du café : Origine = 'proxy' de l'arôme, attribut non standardisé. Différentiel de prix*
- «Notoriété sans protection» = risques !
- Nouveau : institutionnalisation IG

De la part des PED : un intérêt politique et un investissement institutionnel soutenus

- Forte implication des PED et émergents dans les négociations sur les IG et leur internationalisation.
- Enjeu : la réciprocité : reconnaissance internationale de leurs propres IG.
- Débat sur la protection additionnelle:
 - pas séparation Nord-Sud, mais « vieux monde » vs. « nouveau monde »
 - *Exemple Riz Basmati*

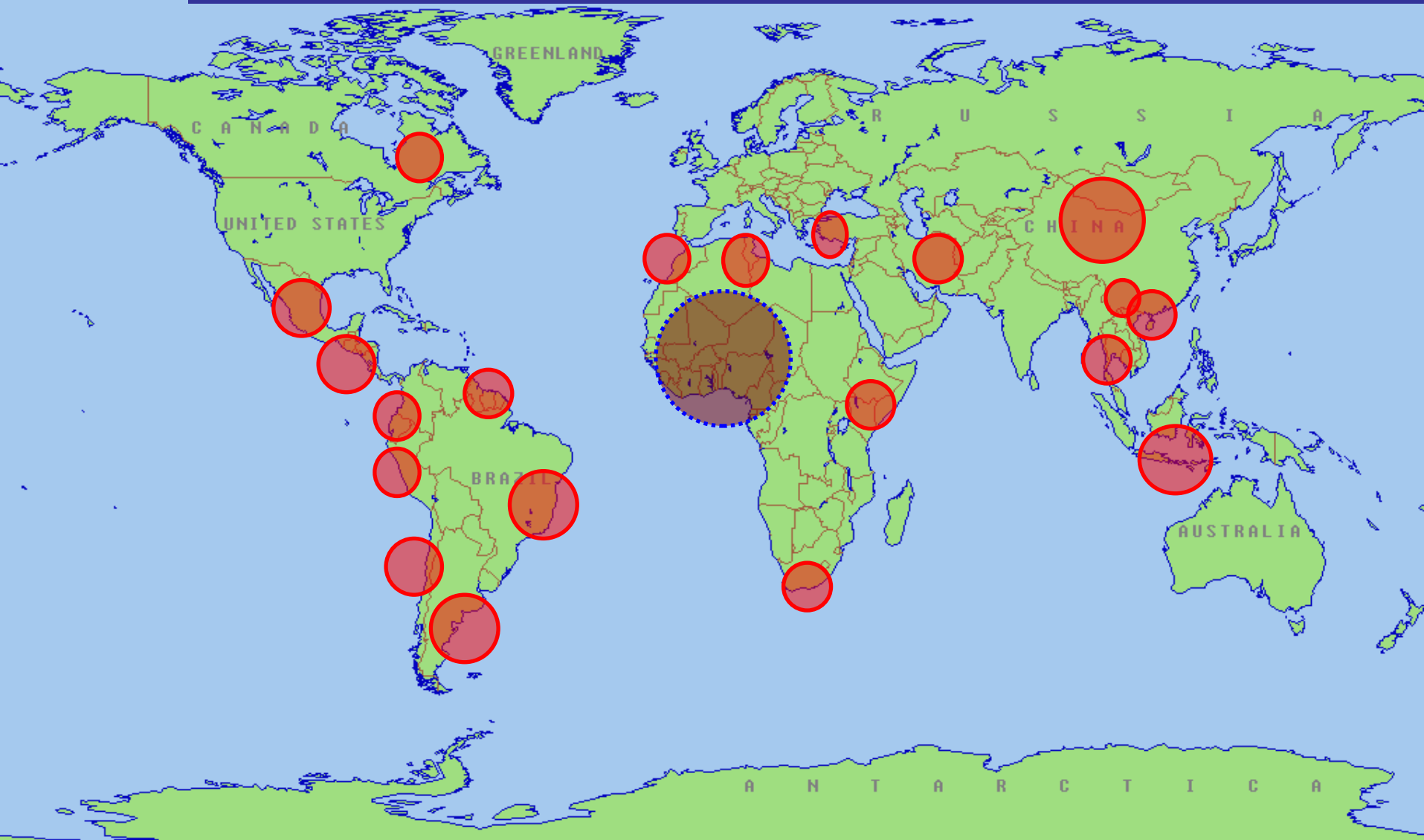
Enjeux des négociations à l'OMC



- i. **Extension de la protection renforcée des vins et spiritueux, aux autres produits ?**
- ii. **Système multilatéral d'enregistrement ?**

Dimension internationale des IG:

Principales régions d'émergence récente
d'indications géographiques



3. LES I.G. DANS LE MONDE:

diversité des situations et des démarches

- La question n'est pas si les IG s'internationalisent, mais « comment ? »
- Avec quels acteurs et quelles règles?

Produits



Aspects économiques

- Les effets économiques varient selon:
 - les marchés concernés : marché local ou marché global ;
 - la présence ou l'absence de cahier des charges ;
 - Le contenu des règles et leur plan de contrôle

IG dans le monde: une utilisation croissante

IG en demande d'enregistrement ou
enregistrées:

- Mexique: Tequila (AO), café de Veracruz
- Vietnam: sauce de poisson fermenté « Nuoc Mam de Phu Quoc »
- Brésil: vin du Vale dos Vinhedos
- Thaïlande : tamarin de Petchabun, riz « surin hom mali », pamplemousses de Nakhon Chaisi
- Chine

IG: Exemple de la CHINE

- La Chine a mis en place en 1999 des règles pour reconnaître, gérer, contrôler et respecter les IG
- Fin 2005: de 200 à 500 IG reconnues
nombreux produits en cours de reconnaissance (dont de nombreuses plantes médicinales)
- Exemples d'IG chinoises: Thé de Longjing, alcool de Maotai, alcool jaune de riz de Shaoxing, jambon du Xuanwei, papier d'art de Xuancheng, pomme du Yantai, ginseng de Changbaishan, papier d'art de Xuancheng,...
- Benefices pour les producteurs : exemple de l'alcool jaune de riz de Shaoxing :
 - Avant IG: importante contrefaçon en Chine et a Taiwan,
 - Après: Les exportations vers le Japon ont augmenté de 14 %
Les prix ont augmenté de 20 %, développement important du marché interieur, réduction des produits de contrefaçon

Produits IG

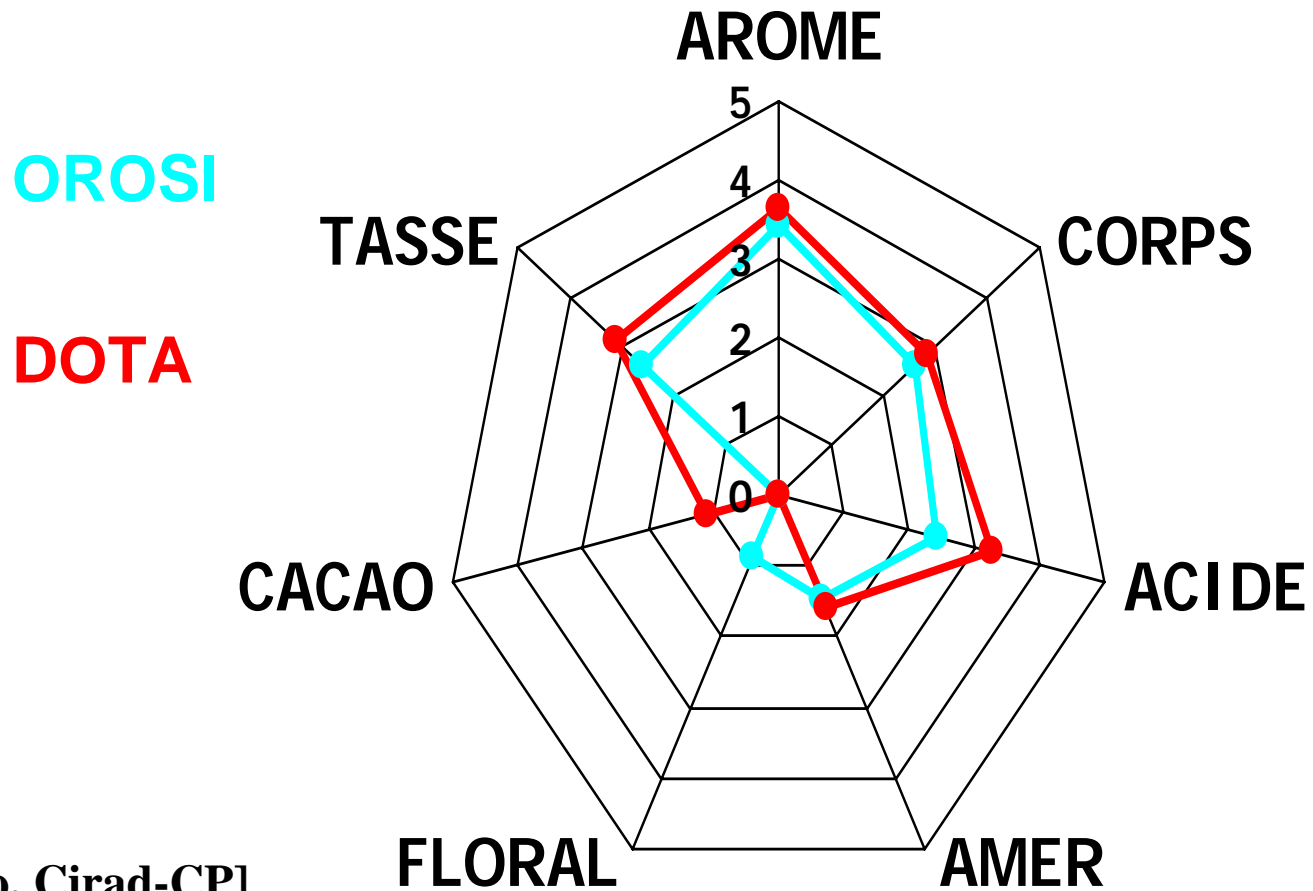
en cours de reconnaissance

- **riz parfumés** (riz au jasmin Hom Mali de Thaïlande, riz Basmati Inde-Pakistan, Vietnam),
- **poivre** (Cambodge, Vietnam)
- **pommes** (Shaanxi –Chine, Sao Joaquim- Brésil, Himachal Pradesh- Inde) ...
- **soie** (de Surin-Thaïlande, Pak Eum - Laos),
- **thés** (Darjeeling - Inde, Vietnam, Afrique Sud), **cacao** (Chuao – Venezuela),
- **cafés** (Indonesie, Amérique centrale,...)

Exemple du Café (Costa Rica)

- Monde: surproduction, chute des prix, stratégies différenciation
- Costa Rica: règlement national vs/ Traité de libre-échange
 - Justification : conserver le premium
 - Marché : export
 - Règles et Institutions : 2 approches
 - IG Pays
 - AOC terroir : Dota et Orosi

Exemple: Café du Costa Rica: un produit avec une typicité



[J.Avelino, Cirad-CP]

IG: Des liens forts avec le développement durable

- Reconnaissance de liens produits – territoires déjà inscrits dans la durée
- Repose sur organisation et accord collectif
- S'appuie sur et valorise les ressources locales: variétés, savoir-faire, organisations, paysages et patrimoine.
- Reconnaissance de durée illimitée
- Non délocalisable

5. CONCLUSION :

Quels scénarios pour l'internationalisation des IG?

Conséquences pour l'Europe et pour les pays tiers

- Pour l'Union européenne :

Le défi à l'avenir sera de gérer la relation entre des IG définies en dedans, et en dehors des frontières communautaires.

- Pour les Pays en développement:

Les décisions du groupe spécial de l'OMC sont favorables. Ils peuvent mettre en place au niveau national une législation plus souple que celle de l'UE.

A ce jour aucune IG pays tiers enregistrée en UE
Première demande en juin 2005 : « Café de Colombie »

En conclusion:

- IG **inégalement** reconnues dans le monde
 - mais **potentiel** pour être reconnues de façon plus équilibrée
 - Le marché agroalimentaire valorise de plus en plus la **qualité symbolique** des aliments...
 - mais cette valeur dépend d'un **cadre légal** restreignant leur usage.
- ➔ Pour les producteurs, les IG offrent :
- ☐ une opportunité pour **contrôler la propriété intellectuelle liée à l'identité** des produits
 - ☐ mais aussi, un outil pour **préserver le patrimoine alimentaire et culturel** des nations



Merci